EL GRAN ÉXITO DE LOS CHARLATANES EN INTERNET, ¿A QUÉ SE DEBE?

Por Víctor Ñancucheo R. (domingo, marzo 02, 2025)

*Los **charlatanes** pueden tener éxito en internet por sus capacidades de falsear información, uso de la inteligencia artificial (IA) para estafar como en el caso de "la supuesta princesa Leonor" en TikTok (Galindo, 2024), proliferación y estandarización de la web, redes sociales y una población demográfica cada vez más anciana.*

Licencia CC 4.0. Atribución/Comercial

ÍNDICE

¿Qué es un charlatán y por qué pueden ser exitosos?.....2
Razones para el éxito de charlatanes en la web:.....3
¿Cómo cuidarnos de los charlatanes y la desinformación en internet?.....7
Conclusión: cotejar con escepticismo sano.....9
Bibliografía.....9

Un charlatán es un engañador. Se autobeneficia para obtener dinero, poder o influencia. Puede usar promesas falsas o exageradas, aparentando expertiz. Los charlatanes son conocidos por tácticas persuasivas engañosas y manipulativas con el propósito de convencer a la mayor cantidad de personas.

Se aprovecha de lo vulnerable e ignorante que pueden ser los ciudadanos, ofreciendo soluciones a corto plazo o milagrosas para problemas complejos, como curas milagrosas, promesas de riqueza fácil, autoayuda, dieta perfecta, suprema espiritualidad o consejos sobre temas como la salud, el bienestar o las inversiones.

¿Qué es un charlatán y por qué pueden ser exitosos?

El término "**charlatán**" tiene connotaciones negativas, ya que se refiere a alguien que manipula o engaña, a menudo por intereses egoístas, a pesar de carecer de respaldo científico en sus afirmaciones y sobreconfianza sobre sus notables capacidades que afirma tener. Los **chantas, embaucadores** o simplemente **mentirosos** son peligrosos para toda institución y ciudadanos: “La procedencia de sus carreras era desconocida, aunque con frecuencia se titulaban doctores milagro o médicos de países lejanos” (Álvarez Caperochipi, 2012). Pueden ser estafadores, políticos corruptos, médicos titulados sin ética, divulgadores de pseudociencia, teorías de la conspiración, incluso representantes de una secta o movimientos recalcitrantes; el efecto placebo en los conspiranoicos, como el caso del dióxido de cloro como una “cura milagrosa”, dogmas en movimientos machistas RedPill como su gurú El Temach, dietas radicales como una “cetogénica” baja en carbohidratos, alta en proteínas y grasas estiradas al extremo para una supuesta “dieta keto perfecta”, etc.

> De gran éxito comercial y económico fue la venta durante mucho tiempo, de **un brebaje prodigioso titulado “cúralo todo”**, una panacea universal que supuestamente servía para curar todas las enfermedades de la raza humana; las gentes se pegaban para adquirirlo y los charlatanes acababan con todas sus existencias (Álvarez Caperochipi, 2012).

Pueden ser muy peligrosos porque no les importa realmente llenarse los bolsillos a costa de sus mentiras y panaceas fraudulentas, incluso, engañar a

legítimos académicos, doctores, médicos y profesionales desprevenidos (ver Moreno Castro, 2019, p. 24).

Los **charlatanes** pueden tener éxito en internet por sus capacidades de falsear información, uso de la inteligencia artificial (IA) para estafar como en el caso de “la supuesta princesa Leonor” en TikTok (Galindo, 2024), proliferación y estandarización de la web, redes sociales y una población demográfica cada vez más anciana. “Se prevé que este crecimiento continúe en las próximas décadas y que en 2030 este grupo poblacional aumente a 114,9 millones de habitantes, que representarán el 16,5% de la población total” (Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía, 2023), que pueden no saber con más probabilidad cotejar información real con desinformación, por deterioro cognitivo, por ejemplo. Para los charlatanes, internet es un medio favorito, debido a su característica dinámica, adaptable e innovadora del entorno digital para la difusión de información engañosa.

Razones para el éxito de charlatanes en la web:

Facilidad para crear contenido: Internet ofrece acceso para cualquiera que quiera compartir información. Los charlatanes pueden crear contenido fácilmente, desde videos hasta publicaciones en redes sociales como en TikTok, Instagram o YouTube, sin una supervisión adecuada ni verificación científica de lo que están diciendo. Internet permite que cualquiera con acceso a la red comparta contenido sin restricciones significativas, incluso con mensajes de odio. Esto es una oportunidad de llegar a una audiencia amplia y diversa, especialmente sin preparación en pensamiento crítico o con escasa formación universitaria, sin importar su ubicación geográfica, afectando principalmente a los niños y a los ancianos.

Falta de regulación y moderación: En comparación con la televisión local, Internet no cuenta con una sólida regulación en cuanto a lo que se comparte. Esto permite que muchas personas difundan información falsa o engañosa sin ser fácilmente detenidas. Aquí, como si fuese un vacío legal, los expertos del engaño con una pseudociencia bien planificada, ya sea una dieta perfecta, un producto "milagroso" y experiencias anecdóticas de una pseudoterapia como la "grafología" o algún "enfoque holístico esotérico" sin evidencia científica, pueden confundir y fácilmente convencer a una audiencia, sobre todo en países en donde carece de leyes claras sobre regulación de la información y de los derechos humanos.

Apelar a emociones y miedos: Los charlatanes suelen usar tácticas emocionales, apelando a los miedos, deseos o frustraciones de la audiencia; se valen, en mi opinión, de un discurso polarizado, de dicotomías sobre buenos y malos: *la fruta es mala y la carne es buena; las farmacéuticas nos quieren enfermos, los chamanes del dióxido de cloro nos quieren sanos*. Muchas veces ofrecen soluciones simplistas, algo atractivo para quienes buscan respuestas fáciles. **Sensacionalismo** para apelar a los sentidos afectivos es una forma de manipulación de masas, aunque esto se trata más de un marketing. **Carismatismo** para ganar confianza con simpatía y engañar; los manipuladores pueden ser muy encantadores con su público y, al provocar sentidos afectivos de bienestar o expectativas en sus receptores, será más fácil introducir sus productos o sus falsas ideas.

Viralización: Las redes sociales tienden a crear "cámaras de eco"; los algoritmos (Aguilar, 2019) y los sesgos de confirmación muestran a los usuarios

contenido que se alinea con sus intereses y creencias previas, es decir, construyen una identidad del usuario. Los charlatanes encuentran su público objetivo y lo mantienen seducido con información sesgada que refuerza las ideas existentes en los usuarios. La capacidad de crear contenido visual, reels, publicaciones en redes sociales, permite captar audiencia fácilmente. Este tipo de contenido puede ser más persuasivo que la información escrita tradicional.

Marketing y técnicas persuasivas: Muchos charlatanes pueden ser expertos en marketing, administración de empresas, gerentes, y utilizan dichas competencias para construir su imagen y hacer que su mensaje sea atractivo. Ofrecen productos mágicos o servicios con promesas de resultados espectaculares, como estos productos de Herbalife, Fuxion, sistemas piramidales o invertir en criptomonedas, apelando a la avaricia con apariencia de ayuda social, lo que atrae a personas y quedan fascinados con las proyecciones y resultados instantáneos, pero estos charlatanes los pueden usar para sus cometidos:

> "**En el mercado de marketing digital hay muchos charlatanes** y es importante identificarlos antes de poner a tu empresa o negocio en sus manos (...) Desconfía de quienes prometen resultados instantáneos o garantizados, especialmente si no pueden proporcionar datos o ejemplos concretos para respaldar sus afirmaciones" (Prospectfactory, 2023).

Testimonios y pruebas sociales: Los charlatanes pueden recurrir al argumento anecdótico (falacia de evidencia anecdótica), una especie de falacia de confirmación, que selecciona testimonios aislados como "prueba" para generalizar y legitimar sus contenidos, el caso de las experiencias personales: "Me curé por el dióxido de cloro, por lo tanto, funciona porque me funcionó", aunque la recuperación se deba al funcionamiento del sistema inmunológico y no al desinfectante dióxido de cloro; uso de falsos testimonios o manipulados para crear una ilusión de legitimidad y de éxito. Los "testimonios" o "historias de éxito", como en esos "libros temáticos para hacer riquezas", pueden ser manipulados y convencer, ganar credibilidad entre los seguidores. Las pruebas de efecto placebo social pueden cambiar la percepción de los usuarios y hacerles creer equivocadamente que dicha información o producto funciona y que el charlatán es una especie de "salvador mesiánico". En la mente de los charlatanes, podemos suponer lo siguiente: "Podemos elegir un remedio mágico sabiendo que no tiene ningún impacto curativo, pero que nos reconforta porque nos activa el efecto placebo" (Moreno Castro, 2019, p. 25), pero lo

compartimos a todos como una “verdadera cura” y que “nos ha funcionado, por lo tanto, crean en nosotros”, sabiendo que es un engaño; eso es una situación hipotética para entender el poder persuasivo de los argumentos anecdóticos.

Dinero y recompensas rápidas: Las plataformas como YouTube, Instagram o TikTok permiten a los creadores generar ingresos a través de la monetización. Esto crea un incentivo adicional para que los charlatanes sigan difundiendo sus ideas, ya que pueden obtener grandes ganancias rápidamente. Pueden utilizar las estrategias de optimización para motores de búsqueda (SEO), contratar servicios de marketing de motores de búsqueda (SEM) y de distintas redes sociales para difundir sus productos rápidamente.

Anonimato y perfiles falsos: La posibilidad de operar de forma anónima en internet permite a los charlatanes presentarse como expertos o autoridades en un tema sin necesidad de credenciales verificables. Da pie para estafas de ciberdelincuentes, extorsiones y usurpación de identidad (phishing). Esto puede

engañar a los usuarios que no saben verificar si la información es falsa. Puede servir a los charlatanes contratar troles de internet para ensuciar la reputación de sus detractores, difundir, por ejemplo, “lo más iluminati de las farmacéuticas o el negocio de ellas”, para cambiar la percepción y que compren sus productos (y sea rentable el negocio) y legitimar sus “conocimientos científicos cuasignósticos”, y formar un movimiento sectario que lo adore como un gurú. También médicos de un área como neurología se hacen pasar por médicos en otras áreas como nutriología; esto se presta para confusión o engaños.

Falta de alfabetización digital: Muchas personas, sobre todo de tercera edad y quienes no tengan la enseñanza media completa, no tienen las competencias para filtrar la desinformación o las falacias lógicas. La falta de alfabetización digital hace susceptibles a compartir información engañosa. Esto facilita que los charlatanes se aprovechen de la falta de un escepticismo sano y logren convencer a un público vulnerable.

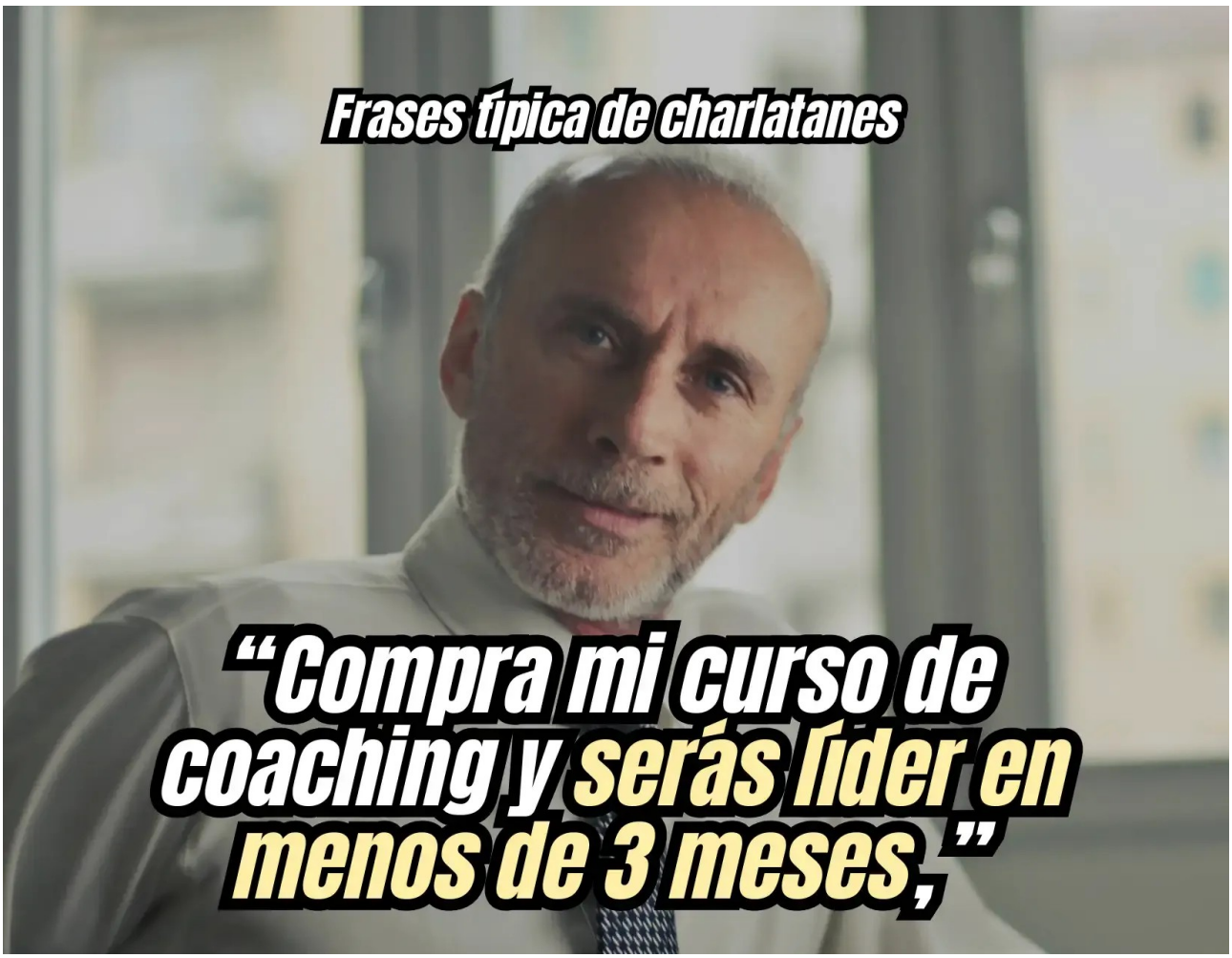
¿Cómo cuidarnos de los charlatanes y la desinformación en internet?

Para protegerse, es necesario aprender prácticas de seguridad y desarrollar una actitud crítica hacia la información en línea. A continuación, se presentan algunas recomendaciones:

1. **Verifique la información:** Antes de aceptar cualquier oferta o información, confirme su veracidad consultando fuentes confiables y oficiales. Interrogantes como: ¿Quién lo dice? ¿Qué ofrece? ¿Realmente es un especialista o aparenta serlo? ¿Por qué lo dice? ¿Lo que ofrece está comprobado científicamente? ¿Es de una entidad (de salud, de un gremio o academia) sometida a escrutinio académico o proviene de un grupo en Telegram de promotores de “verdades alternativas”? Desconfíe de mensajes que prometen resultados rápidos o beneficios extraordinarios sin evidencia sólida.
2. **Proteja su información personal:** Evite compartir datos sensibles, como contraseñas, números de identificación o información financiera, a través de canales no seguros o con personas desconocidas. Usted no está obligado a revelar sus datos personales a personas desconocidas en la web, tampoco a gurús vendehumos; la manipulación está en esclavizar nuestras decisiones. Utilice contraseñas fuertes y únicas para cada

cuenta y considere habilitar la autenticación de dos factores cuando sea posible.

3. **Sea cauteloso con correos electrónicos y mensajes sospechosos:** No abra correos electrónicos, mensajes de texto o enlaces de fuentes desconocidas o que le parezcan inusuales; primero verifique con la entidad y sus medios de contactos correspondientes. En el caso de tratarse de bancos o aseguradoras, no responda a esos mensajes hasta tener la seguridad de que es la entidad correspondiente o es un intento de estafa. Los estafadores suelen utilizar técnicas de phishing (Incibe, s.f.) para obtener información personal. Esto en caso de ciberdelincuentes.
4. **Desconfíe de ofertas demasiado buenas:** Los charlatanes suelen prometer rápidos resultados, grandes ganancias o productos a precios extremadamente bajos; por ejemplo: “Al comprar mi curso de coaching neurobioemocional, podrás ejercer en menos de 6 meses el liderazgo para el éxito que quieres”, cuando no todos somos idóneos para liderar. Si algo parece demasiado bueno para ser cierto, desconfía; puede ser solo un enganche y pagar sumas de dinero que sería mejor invertir en una carrera profesional.
5. **Eduque a familiares y amigos:** Comparta estas recomendaciones con su círculo cercano, sobre todo, niños y ancianos, para que todos estén informados y puedan identificar posibles estafas y charlatanería viral por internet. Concienciando, podemos advertir y cuidar a familiares contra los charlatanes en internet.



Conclusión: cotejar con escepticismo sano

En resumen, el éxito de los charlatanes en internet se debe a la combinación de técnicas persuasivas, la falta de regulación y el entorno favorable que crean las redes sociales y las plataformas digitales para la difusión rápida de ideas, tanto ciertas como falsas. Es esencial que los usuarios desarrollen habilidades de pensamiento crítico y alfabetización digital para identificar y evitar caer en engaños en línea. Al adoptar estas prácticas y mantener una actitud crítica, podrá reducir significativamente el riesgo de ser víctima de estafas y engaños en línea.

Y recuerde, por muy buenas intenciones que perciba en un aparente médico, político o quien sea, si no está comprobado científicamente, dude; si no existen pares acreditados que den testimonio sobre la veracidad de una información o productos del susodicho, desconfíe; si promete grandiosos

resultados, fáciles y en poco tiempo, con mayor razón desconfiar. **Si es capaz de mentir intencionalmente, ¿quién asegura que no mentirá en lo demás?, ¿por qué creer más a un youtubero conspiranoico que a un profesional formado en metodología de la investigación?** Es para meditar.

Bibliografía

Álvarez-Caperochipi J. (noviembre y diciembre de 2012). Curanderos charlatanes. *Zona Hospitalaria*. Recuperado el 2 de marzo de 2025 de https://zonahospitalaria.com/curanderos-charlatanes

Aguilar-Valenzuela, R. (5 de febrero de 2019). Los charlatanes y las redes sociales. *Animal Político*. Recuperado el 2 de marzo de 2025 de https://www.animalpolitico.com/analisis/autores/lo-que-quiso-decir/los-charlatanes-y-las-redes-sociales

CEPAL. (10 de enero de 2023). Panorama del envejecimiento y tendencias demográficas en América Latina y el Caribe. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. https://www.cepal.org/es/enfoques/panorama-envejecimiento-tendencias-demograficas-america-latina-caribe

Galindo, M. (4 de diciembre de 2024). La estafa de la princesa Leonor que está intoxicando TikTok: "Si picas una vez te exprimen todo lo que pueden". *Cadena ser*. https://cadenaser.com/nacional/2024/12/04/la-estafa-de-la-princesa-leonor-que-esta-intoxicando-tiktok-si-picas-una-vez-te-exprimen-todo-lo-que-pueden-cadena-ser

Incibe (s.f.). Phishing. *Instituto Nacional de Ciberseguridad*. Recuperado el 2 de marzo de 2025 de https://www.incibe.es/aprendeciberseguridad/phishing

Moreno-Castro, C. (2019) Charlatanes, storytelling y flujos de información. La fascinación del relato en los discursos sobre salud. En Moreno-Castro, C. y Cano Orón, L. (Eds.) *Terapias Complementarias en la esfera pública*. (pp. 19-51). Dextra Editorial. https://scienceflows.com/wp-contenido/uploads/2020/01/2019-Cap%C3%ADtulo-terapias-Carolina-Moreno.pdf

Prospectfactory. (05 de diciembre de 2023). Mitos, mentiras y charlatanes en marketing digital. *Prospectfactory*. Recuperado el 2 de marzo de 2025 de https://www.prospectfactory.com.mx/blog/mitos-mentiras-y-charlatanes-en-marketing-digital